

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di area persebaran mahasiswa/i Universitas Atmajaya Yogyakarta kepada konsumen yang pernah membeli jasa layanan *travel agent* Traveloka. Penelitian ini bersifat asosiatif yaitu penelitian yang digunakan untuk menguji hubungan atau pengaruh suatu variable independen/bebas terhadap variable dependen/terikat (Santoso dan Tjiptono, 2010).

3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2010). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli jasa layanan Traveloka. Jumlah konsumen traveloka yang banyak menyebabkan penulis tidak mampu melakukan penelitian pada seluruh konsumen traveloka. Oleh sebab itu, penulis hanya menggunakan sebagian konsumen sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel yang representatif sebanyak 5 kali jumlah butir kuesioner (Augusty, 2002). Dalam penelitian ini jumlah butir kuisisioner penelitian sebanyak 35 butir. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 300 responden, lebih banyak dari batas minimal sampel yang representatif . Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sekaran, 2010). Teknik sampling penelitian ini bersifat tidak acak yaitu *purposive sampling*. Pada

jenis *sampling* ini, anggota sampel ditentukan berdasarkan ciri tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan ciri populasi (Sugiyono, 2009). Ciri sampel penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian jasa layanan Traveloka dalam 6 bulan terakhir.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yang disebarakan kepada mahasiswa/i Universitas Atmajaya Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan jasa layanan Traveloka. Kuesioner penelitian diadaptasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qteishat *et al.* (2014) dan Houshang *et al.* (2012), Atcharyachanvanich *et al.* (2006). Kuesioner penelitian dibagi kedalam dua kelompok sebagai berikut:

1. Bagian pertama adalah kuesioner mengenai data diri konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, usia, frekuensi menggunakan jasa layanan Traveloka.
2. Bagian kedua adalah kuesioner penelitian yang terdiri dari:
 - a. *Customer technical support* yang terdiri dari 5 butir pertanyaan sebagai berikut:
 - 1) Traveloka memberikan layanan penjualan melalui email atau SMS
 - 2) Traveloka menyediakan fasilitas layanan FAQ (*frequently asked questions and answer*) yang baik.
 - 3) Situs Traveloka mudah untuk ditemukan.

- 4) Traveloka memberikan akses yang mudah untuk pemesanan tiket perjalanan.
 - 5) Traveloka memberikan informasi yang detail mengenai harga jasa layanan yang dijual.
- b. *Infrastructure* yang terdiri dari 6 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka memberikan kemudahan untuk mengakses informasi yang dibutuhkan.
 - 2) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka membantu pengguna baru untuk mengakses segala aplikasi dengan mudah.
 - 3) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka diintegrasikan dengan perusahaan pendukung yang lainnya.
 - 4) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka memberikan layanan jenis lain sesuai kebutuhan konsumen.
 - 5) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka memberikan informasi yang memadai.
 - 6) Infrastruktur dalam sistem penjualan *e-ticketing* Traveloka memberikan informasi yang akurat.
- c. *Data security* yang terdiri dari 6 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Situs web Traveloka mengecek identitas pelanggan dengan baik untuk tujuan keamanan.

- 2) Situs web Traveloka memberikan jaminan bahwa transaksi elektronik dilindungi keamanannya.
 - 3) Konsumen merasa aman untuk memberikan informasi pribadi pada Situs web Traveloka.
 - 4) Traveloka memiliki sistem keamanan yang baik.
 - 5) Traveloka memberikan perlindungan privasi konsumen saat membeli tiket secara *online*.
 - 6) Traveloka memberikan perlindungan yang baik pada informasi kartu kredit/debit konsumen.
- d. *User-friendliness* yang terdiri dari 5 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Saya merasa mudah untuk menemukan situs Traveloka.
 - 2) Saya merasa mudah untuk menggunakan aplikasi situs Traveloka.
 - 3) Menggunakan situs Traveloka memberikan kemudahan bagi saya untuk melakukan pemesanan tiket perjalanan.
 - 4) Saya menemukan situs belanja *e-ticketing* yang mudah untuk digunakan hanya pada situs Traveloka.
 - 5) Mudah bagi saya untuk belajar mengoperasikan *website* Traveloka.
- e. Kepuasan yang terdiri dari 6 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Secara keseluruhan saya puas dengan situs Traveloka.
 - 2) Situs Traveloka efektif dalam memberikan support bagi saya untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.
 - 3) Saya puas dengan kualitas teknis situs Traveloka.
 - 4) Saya puas dengan informasi yang diberikan situs Traveloka.

- 5) Saya puas dengan kualitas layanan situs Traveloka.
 - 6) Saya puas dengan cara atau aturan situs Traveloka dalam pembelian tiket perjalanan.
- f. Niat pembelian ulang yang terdiri dari 3 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Saya akan melakukan pembelian ulang tiket perjalanan di Traveloka pada masa yang akan datang.
 - 2) Saya merekomendasikan orang lain untuk membeli tiket perjalanan di Traveloka.
 - 3) Traveloka perusahaan penyedia jasa layanan pilihan utama saya pada pembelian berikutnya.
- g. *Word of mouth* yang terdiri dari 3 butir pertanyaan sebagai berikut:
- 1) Saya bercerita hal-hal positif (baik) tentang Traveloka kepada orang lain.
 - 2) Saya merekomendasikan Traveloka kepada orang lain yang meminta pendapat saya tentang travel agen *online*.
 - 3) Saya bersedia mengajak orang lain yang membutuhkan jasa layanan travel agen *online* ke Traveloka.

3.4. Metode Pengukuran Data

Pengukuran data menggunakan skala Likert dengan cara memberikan bobot penilaian untuk setiap pertanyaan yang diajukan dari point 1-5 (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju). Dengan skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator atau variabel.

Kategori penilaian dan bobot dari kemungkinan jawaban responden adalah sebagai berikut (Cooper dan Schnidler, 2010):

Sangat tidak setuju	diberi bobot	1
Tidak setuju	diberi bobot	2
Netral	diberi bobot	3
Setuju	diberi bobot	4
Sangat setuju	diberi bobot	5

3.5 Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Teknik yang digunakan dalam pengujian instrumen adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk menguji apakah tiap-tiap butir benar-benar telah mengungkapkan faktor atau indikator yang ingin diselidiki (Hadi, 2004). Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran. Pengujian validitas memakai teknik korelasi product moment. Suatu instrumen dinyatakan valid jika memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 15.

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur (Hadi, 2004). Untuk mengetahui tingkat reliabilitas

item digunakan rumus Alpha Cronbach's. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Coefficient Alpha Cronbach $> 0,60$. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 15.

3.6 Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui profil responden. Metode yang digunakan adalah dengan mempersentasekan jawaban responden atas pertanyaan yang akan diajukan pada kuesioner bagian pertama, yaitu mengenai data diri responden. Analisis persentase dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 15.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *e-ticketing technique (customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness)* terhadap kepuasan konsumen. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 15.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap *repurchase* dan WOM. Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 15.